Auto-formation : Comprendre le monde de l'entreprise

Crédit : *Joëlle Bonenfant*
Jean Lacroix

Notion : La force de vente

La force de vente constitue un élément essentiel de la chaîne de distribution.

1. Définition.

Elles se compose de l'ensemble des personnes chargées de visiter la clientèle actuelle ou potentielle dans le but de développer les ventes ou de faire la promotion des produits.
Elle a donc à la fois un rôle de vente et un rôle de prospection.

On parle de force de vente **interne** pour tous les personnels liés à l'entreprise par un statut salarié et force de vente **externe** pour les personnes extérieures à l'entreprise qui prospectent ou vendent pour elle (agents commerciaux, VRP multicartes…).

2. Les tâches de la force de vente.

La force de vente a quatre tâches :

- la **prospection** : recherche de nouveaux clients.
- la **vente** : obtention de commandes.
- le **suivi des ventes** : relations avec le client dans un but de fidélisation, suivi du règlement.
- l'**information** : informations de l'entreprise aux clients et des clients vers l'entreprise (évolution des besoins, nouveaux produits…).

Insérée dans la démarche mercatique (certains la considèrent comme la cinquième variable du plan de marchéage), la vente a évolué dans ses méthodes et ses contenus pour devenir une véritable relation de partenariat.

3. Les métiers de la vente.

La vente regroupe de nombreux métiers dont certains, directement liés au développement des nouvelles technologies, sont apparus récemment.

Par ailleurs, la nature même des missions diffère en fonction des biens vendus, selon qu'ils s'agit, par exemple, de produits de consommation courante ou au contraire de biens de production destinés aux entreprises (on ne vend pas de la même manière un téléviseur et un Airbus).

Le tableau ci-dessous, non exhaustif, décrit quelqes-uns des métiers de la vente.

Les métiers de la vente

Métiers	Fonctions
Représentant ou **VRP** (voyageur, représentant, placier)	Vendre et prospecter, pour une ou plusieurs entreprises, en se déplaçant chez le client.
Agent commercial	Acheter, vendre ou rendre des services pour une/des entreprise(s).
Marchandiseur	Assurer la mise en place du produit chez le distributeur, donner des conseils pour la vente, suivre les démonstrations et les promotions.
Télévendeur	Vendre par téléphone.
Vendeur en ligne	Vendre par Internet.
Inspecteur des ventes	Contrôler, former et informer la force de vente, et assister le chef des ventes.
Chef de produit	Gérer un produit ou une famille de produits (prix, marchandisage, promotion, positionnement, rentabilité, animation de son équipe…)
Chef de rayon	Gérer et animer un rayon spécifique (stocks, approvisionnement, animation, mise en rayon…)
Chef des ventes	Diriger et organiser la force de vente.
Directeur des ventes	Choisir la politique commerciale et coordonner l'activité des chefs et des inspecteurs des ventes.
Preneur d'ordre	Visiter les clients et prendre les commandes.
Technico-commercial ou Ingénieur d'affaires	Pour la vente de biens techniques, étudier les problèmes qui se posent aux clients, apporter des solutions, conseiller dans la mise en route…
Visiteur non vendeur	Visiter des clients potentiels ou des prescripteurs pour les informer et promouvoir de nouveaux produits